

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL
CDE MIPYMES**

**SUSTENTADO POR:
DANIEL ALEJANDRO VASQUEZ SUAREZ
21741274**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
LICENCIADO EN MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C. A.

ABRIL 2022

ÍNDICE

ÍNDICE	I
AGRADECIMIENTO	III
RESUMEN EJECUTIVO	IV
INTRODUCCIÓN	VI
CAPÍTULO I	1
1.1 OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL.....	1
1.1.1 Objetivo general	1
1.1.2 Objetivos específicos	1
1.2 Datos Generales de la Empresa	1
1.2.1 Reseña histórica.....	1
1.2.2 Misión	2
1.2.3 Visión	2
1.2.4 Valores	2
1.2.5 Organigrama	3
CAPÍTULO II	4
2.1 Actividades realizadas dentro de la empresa	4
2.1.1 Investigación de mercado.....	4
2.1.2 Investigación de mercado CARE	5
2.1.3 Expoferias	6
2.1.4 Capacitaciones de empleabilidad	7
2.1.5 Capacitación de tienda en línea con Contact	8
2.1.6 Creación de formatos y formularios	9
CAPÍTULO III	11
3.1 Creación de formato ayuda memoria para reuniones	11
3.1.1 Antecedentes.....	11
3.1.2 Descripción de la propuesta	11
3.1.3 Impacto de la propuesta.....	12
3.2 Implementación de estrategia de email marketing	13
3.2.1 Antecedentes.....	13
3.2.2 Descripción de la propuesta	14
3.2.3 Impacto de la propuesta.....	15

3.3 Propuesta de Mejora	15
3.3.1 Promocionar el centro y su producto	15
3.3.2 Antecedentes	15
3.3.3 Descripción de la propuesta	16
3.3.4 Impacto de la propuesta	17
3.4 Propuesta de mejora	18
CAPÍTULO IV	21
4.1 Conclusiones	21
4.2 Recomendaciones	22
4.2.1 Recomendaciones para la empresa	22
4.2.2 Recomendaciones para la institución	22
4.2.3 Recomendaciones para los estudiantes	22
GLOSARIO DE TÉRMINOS	23
BIBLIOGRAFÍA	25
Anexos	27
Anexo 1: Formato para agenda en reuniones o capacitaciones	27
Anexo 2: Formato ayuda memoria	28
Anexo 3: Investigación CARE	30
Anexo 4: Formato actividades en marcha	31
Anexo 5: Investigación OIT	31
Anexo 6: Expoferias	32
Anexo 7: Capacitación de empleabilidad	32
Anexo 8: Conferencia de Migración, Resultado de la Corrupción: La Otra Cara de la Pandemia por el CNA	33

AGRADECIMIENTO

Primeramente le quiero dar las gracias a la Universidad Tecnológica Centroamericana por permitirme cumplir mis estudios y brindarme los recursos necesarios.

Agradecer a mi familiares por el apoyo brindado durante los cuatro años que curse la carrera.

Agradecer a todos mis compañeros que tuve a lo largo de mis estudios por los buenos momentos que tuvimos en especial a mi colega por el apoyo brindado.

De la misma forma agradezco a todos los licenciados que me impartieron clases y me dieron la oportunidad de tenerle cariño al estudio en especial a Lic. Rosinda por haberme dado cariño y palabras sabias durante las clases.

Agradecer al centro de desarrollo empresarial de mipymes por haberme dado la oportunidad de realizar mi practica y por todo el cariño que me dieron.

Finalmente le doy gracias a Dios por permitirme culminar mis estudios.

RESUMEN EJECUTIVO

El Centro de Desarrollo Empresarial de MiPymes es una organización pública, privada y de academia, sin fines de lucro, cuyo objetivo es contribuir al desarrollo económico de la región del Valle de Sula. El centro cuenta con diversos municipios de intervención como es el caso de Villanueva, Santa Cruz de Yojoa, Choloma, El Progreso y San Pedro Sula. En estos municipios se prioriza una población en específico los cuales son las mujeres, emigrantes retornados y los jóvenes. Esto no quiere decir que otras poblaciones no pueden entrar en los proyectos, pero el centro prioriza estas personas por la vulnerabilidad en que se encuentran. El CDE¹ cuenta con tres ejes de trabajo. Uno de estos es la formación vocacional el cual a través de la implementación de proyectos formativos y técnicos mediante los cursos y diplomados brindados virtualmente desde la escuela de negocios del centro. Aquí se encargan de capacitar a los emprendedores en las diferentes áreas necesarias para realizar un emprendimiento. Otro eje de trabajo es el de empleabilidad que mediante distintos proyectos ejecutados posibilita el acceso al mundo laboral o la auto empleabilidad. Esto siendo mediante distintos convenios que vinculan a las poblaciones beneficiarias con empresas del sector privado, donde se encargan de fomentar el empleo a través de la plataforma Contact que muestra las plazas vacantes en las diferentes áreas. El último eje de trabajo consta del desarrollo de emprendedores MiPymes donde se encargan de hacer crecer estos mismos a través de un cumplimiento con las necesidades básicas, así como la legalización, la creación de una marca, entre otras.

La práctica desarrollada fue realizada en la sede principal del centro de desarrollo empresarial de mipymes ubicada en San Pedro Sula bajo el puesto de oficial del departamento de inteligencia de mercados. Ejerciendo labores de investigación de mercado como la recopilación de fuentes primarias, la creación de instrumentos para la investigación, redacción del informe con el apoyo de los diferentes actores del departamento, la organización de gestiones que se llevan a cabo y apoyo en los diferentes proyectos que se realizan dentro.

Durante el tiempo en el departamento se desarrollaron varios formatos y formularios que ayudaran a mejorar el funcionamiento y la organización de los diferentes trabajos que se llevan a cabo. Así mismo, se crearon propuestas de mejora dentro del CDE de MiPymes los cuales deben de darle mayor visibilidad al centro y con esto posicionarse como una organización de

¹ Centro de Desarrollo Empresarial

formación dentro del municipio. Esperando que mayores organizaciones internacionales como nacionales se integren al grupo de socios para desarrollar la economía de la región Valle de Sula.

La finalidad de la práctica profesional fue materializar todos los conocimientos adquiridos durante el transcurso de la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales lo cuales permitieron al estudiante poder adquirir nuevas experiencias, crear vínculos asociativos y enriquecer el capital humano ayudándolo a desarrollarse en el ámbito laboral durante su vida.

INTRODUCCIÓN

El presente informe expone sobre el trabajo realizado y la experiencia obtenida a través del curso de la práctica profesional en el centro de desarrollo empresarial de MiPymes, donde se ejerció el cargo de oficial, en el departamento de inteligencia de mercados, durante las 10 semanas del periodo I de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) en San Pedro Sula.

Como oficial del área de inteligencia de mercados se realizaron un conjunto de tareas relacionadas con el área las cuales iban orientadas a la planificación anual con la que cuenta el centro, tales como investigaciones de mercado, estrategias de marketing, planificación y creación de eventos, se cumplieron objetivos y métricas que fueron planificadas por el centro de desarrollo empresarial de mipymes con el objetivo de desarrollar la economía del país mediante la formación y expansión de las mipymes en el Valle de Sula. Cada una de las tareas sirvió para enriquecer el conocimiento, las habilidades y una nueva experiencia competitiva en el área de formación, creando la oportunidad de incrementar la capacidad intelectual para desenvolverse en el entorno especializado de trabajo que se está formando. Los siguientes capítulos que forman parte del presente informe expondrán con más claridad los temas, objetivos y tareas que se han mencionado anteriormente, estos están divididos en cuatro formas para dar un mejor punto de vista y están estructurados de la siguiente forma:

El capítulo I cuenta con los objetivos establecidos en la práctica profesional con los datos generales de la empresa como la misión, visión, reseña histórica y los valores. El capítulo II cuenta sobre las experiencias realizadas, así como cuáles son las tareas que se asignaron durante el curso de la práctica profesional en el centro de desarrollo empresarial de MiPymes, exponiendo con más detalle sobre todas las características de estas tareas. El capítulo III consta de dos secciones, la primera es una propuesta de mejora redactada con fundamentos y la segunda es la propuesta de mejoras generales, las cuales son basadas en la mejora estructural de la empresa. En el capítulo IV forman parte las conclusiones y recomendaciones estructuradas de los objetivos propuestos en el capítulo I.

CAPÍTULO I

El capítulo I expondrá los objetivos de la práctica profesional. Entre estos se encuentran los objetivos específicos que se esperan cumplir durante las diez semanas donde se ejercerán las labores. Se mencionan datos generales de la empresa como la fecha de creación, el método de trabajo, su propósito, entre otros. Este capítulo cuenta con la misión y visión de la organización, los valores que representan y el organigrama de la empresa.

1.1 OBJETIVOS DE LA PRÁCTICA PROFESIONAL

1.1.1 Objetivo general

Implementar todos los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera de mercadotecnia y negocios internacionales en el tiempo definido de la práctica profesional en el centro de desarrollo empresarial de mipymes, engrandeciendo los conocimientos junto con la experiencia para aumentar el capital humano, con el propósito de representar mi nivel de profesionalidad y adquirir oportunidades en el mercado laboral.

1.1.2 Objetivos específicos

- Emplear las herramientas adquiridas para una correcta elaboración de estudios de mercado con la finalidad de exponer los resultados y poder ejecutar las acciones correspondientes.
- Identificar las necesidades de los emprendedores para interpretar una mejor capacitación y formación, para poder ejecutar acciones que les permita forjarse en el ámbito.
- Identificar áreas de mejora en los procesos de formación empresarial a las cuales se les pueda brindar propuestas de mejora, con el motivo de crear mejoras en el departamento.

1.2 Datos Generales de la Empresa

1.2.1 Reseña histórica

El centro de desarrollo empresarial de MiPymes es una empresa creada por parte del gobierno como un eje de la empresa Senprende en el 2014 con el objetivo de reactivar la economía del país a través de la formación de las mipymes, el centro de desarrollo empresarial es una organización pública-privada que se debe a los emprendedores y empresarios de la mipyme

potenciando el desarrollo económico local y mejorando los tejidos productivos, el centro de desarrollo empresarial de MiPymes ofrece diversos servicios como asistencia técnica, herramientas digitales, inteligencia de mercados, formación empresarial y vinculación financiera, el CDE busca potenciar la economía del país mediante la formación y capacitación de las MiPymes para generar un impacto en la economía tanto de la persona que cuenta con el negocio como al país, el CDE en el transcurso de los años ha capacitado y formado miles de emprendedores los cuales siguen desempeñando sus funciones de una mejor manera potenciando lo que es la economía del país. (MiPyme Honduras, 2019)

1.2.2 Misión

Brindar asistencia específica e individualizada que responda a las necesidades de los clientes y de la región, acorde a las exigencias y tendencias de los mercados e innovación tecnológica integrando el sector público, privado y académico. (MiPyme Honduras, 2019)

1.2.3 Visión

Ofrecer a las MIPYMES de la región Valle de Sula, asesoría especializada en negocios, capacitación e investigación de mercado, mejorando su competitividad y contribuyendo al desarrollo económico y social del sector. (MiPyme Honduras, 2019)

1.2.4 Valores

- Integridad
- Excelencia
- Solidaridad
- Servicio
- Transparencia
- Ética Profesional

1.2.5 Organigrama

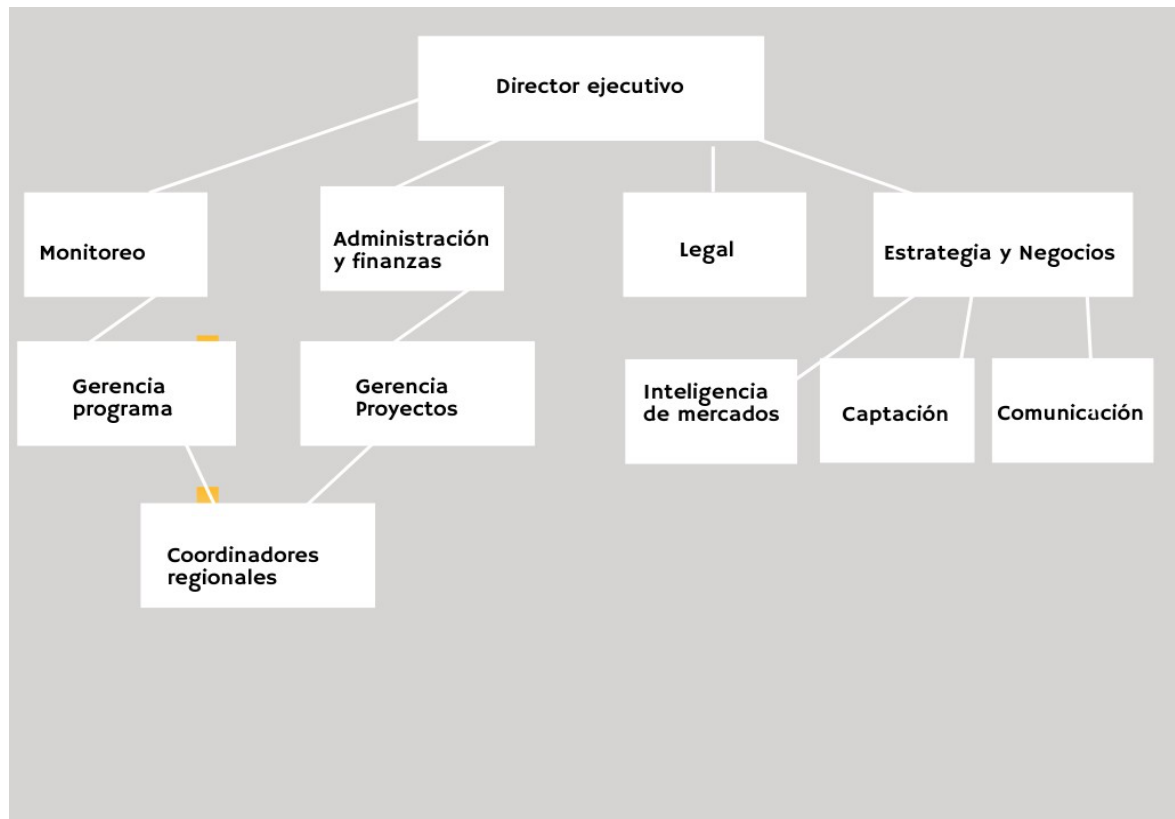


Ilustración 1: Organigrama del Centro de Desarrollo Empresarial.

CAPÍTULO II

El Centro de Desarrollo Empresarial cuenta con un departamento de Estrategia y Negocios donde dentro de este departamento se encuentran asociados dos departamentos, Inteligencia de Mercados y Comunicaciones. (MiPyme Honduras, 2019)

El puesto otorgado se dedicó al de oficial de inteligencia de mercado, donde se realizan actividades relacionadas con acceso a mercado, investigaciones de mercado, creación de eventos como expo ferias y capacitaciones. El departamento atiende las necesidades de cada uno de los proyectos como transformando sistemas de mercado con USAID, Nutriendo el futuro con CARE. El departamento cuenta con socios estratégicos como el caso de USAID, CARE y OIT que son los encargados de proveer proyectos al centro y al departamento. Cabe recalcar que cada departamento cuenta con un coordinador que dentro del centro apoya a otras unidades y se fortalecen entre sí.

2.1 Actividades realizadas dentro de la empresa

2.1.1 Investigación de mercado

Se realizó un diagnóstico situacional en torno a la educación, salud, mercado laboral y participación ciudadana de la juventud en los municipios de Choloma, San Pedro Sula y Siguatepeque.

La investigación de mercado fue un proyecto sustentado por la OIT² con el objetivo de identificar las limitantes y oportunidades que tienen la juventud en los municipios de San Pedro Sula, Choloma y Siguatepeque en temas de educación, salud, mercado laboral, así como espacios de participación, para la generación de alternativas y acciones de desarrollo sostenible locales. Se realizó una investigación primaria donde participaron varios actores, estos se buscaron para poder tener reuniones presenciales con el fin de presentarles la propuesta de participar en la investigación. El objetivo era que ellos estuvieran involucrados en el proceso de la creación de los instrumentos y así poder hacer mención de sus necesidades como tomadores de decisiones. Con esto se lograrían obtener oportunidades dentro del estudio que junto con los resultados de la investigación se puedan crear acciones que ayuden a las personas

² Vea el Glosario de Terminos.

que tienen este tipo de limitantes. Se crearon los instrumentos para recabar la información con las ayudas de las personas encargadas de los departamentales de salud, educación y actores de la municipalidad quienes apoyaron en la investigación y dieron sus necesidades para que los resultados de la investigación les favorezcan a ambas partes. La investigación de mercado tiene tres fines a realizarse los cuales son:

- a) Realizar un diagnóstico situacional de la juventud en torno a la educación, salud, mercado laboral y la participación ciudadana de los municipios de San Pedro Sula, Choloma y Siguatepeque.
- b) Desarrollar tres talleres para la socialización y validación de los resultados obtenidos en el diagnóstico involucrando a actores del sector público, privado, organizaciones sociales y gobiernos comunitarios de los municipios de San Pedro Sula, Choloma y Siguatepeque.
- c) Desarrollar tres talleres de trabajo partiendo del análisis de los resultados del diagnóstico situacional, para formular alternativas de acceso digno en la juventud, con actores del sector

Parte de mi trabajo fue crear un instrumento que contaba con más de 100 preguntas dirigidas a los objetivos de la investigación. Estas fueron revisadas por coordinadores de la OIT en Costa Rica y aprobadas por ellos mismos. Esto incluyó el trabajo de campo donde se trabajó para realizar las encuestas en comunidades vulnerables con la ayuda de actores de la comunidad que unían los grupos de personas para poder realizarles la encuesta. Luego se prosiguió con el análisis de datos donde se participó en la creación de gráficos y análisis de cada uno. Con los resultados obtenidos se crearon las recomendaciones para tomar acciones con los participantes del estudio y así poder generar ayudas a estas personas vulnerables.

En dicha investigación participé en todas las actividades mencionadas desde la investigación primaria, la creación de instrumentos, la recopilación de la muestra, así como el trabajo de campo para obtener las respuestas de los jóvenes y el acabado de los resultados.

2.1.2 Investigación de mercado CARE

Con esta investigación de mercado con CARE se buscó obtener datos relevantes sobre las condiciones coexistentes del mercado donde están inmersas las cajas de ahorro de los

municipios de Villanueva, Siguatepeque y Santa Cruz de Yojoa. Esto con el objetivo de establecer una visión panorámica más amplia sobre el contexto geográfico y productivo en la relación productor-comprador fomentado así la comercialización de los tres tipos de productos (tilapia, cerdos, maíz) y fortaleciendo las cajas de ahorro.

Estos datos se identificaron a través del establecimiento de una muestra representativa de los municipios y la población meta para la aplicación de instrumentos, se obtuvieron resultados cualitativos y cuantitativos que eran pertinentes a los propósitos del estudio de mercado. Así mismo el enfoque versa sobre las 5 fuerzas las que describen la dinámica entre clientes, competidores y proveedores, con el análisis FODA y la segmentación, finalmente se contempla las diferencias de género en el ámbito de empleabilidad y productividad del sector, se pretende generar un puente de acción entre las condiciones circundantes del mercado del productor de cada uno de los municipios y sectores con las oportunidades de crecimiento.

En cuanto al proceso de realización de la investigación se empezó con la recopilación de datos primarios los cuales fueron útiles para crear los instrumentos que ayudarían a fortalecer la investigación. Se crearon diversos cuestionarios que fueron contestados por todos los participantes de las cajas de ahorro de los municipios mencionados y también tuvieron participación en grupos focales. Con el análisis de los datos recopilados de los instrumentos se crearon toda la línea gráfica los cuales fueron distribuidos en un documento de más de 300 páginas donde se realizaron las conclusiones y recomendaciones. Cabe destacar que se participó en todo el proceso de la investigación, en cada uno de los pasos a realizar y fue entregado a la organización CARE con un alto porcentaje de satisfacción.

2.1.3 Expoferias

Las expoferias tienen varios objetivos para los emprendedores, entre ellos están aumentar sus ventas y obtener socios o inversores. Estos eventos atraen grandes masas de personas que están interesadas en adquirir productos como comida, ropa, joyería, artesanías, entre otros. También llegan personas dispuestas a invertir o adquirir de manera permanente estos productos, es decir, visitan personas importantes en el área de supermercados o abarroterías que quisieran tener algún productos de los que se están exponiendo en la feria. Para que estas personas tengan conocimiento del evento el centro de desarrollo les hace llegar una invitación sobre dicho evento y poder ayudar a nuestros emprendedores.

Estas expoferias permiten ampliar la visibilidad de la marca. Fuera de las redes sociales los emprendedores no se dan a conocer mucho, por lo que es importante presentarse al público general mostrando sus productos. Los llevan a estas ferias y ordenan de una buena forma para que los clientes los puedan observar, se resaltan sus logos y diseños.

Esta actividad consiste en crear expoferias de mipymes con el objetivo de aumentar sus ventas, crear relaciones y dar visibilidad a sus productos. Dichas ferias se realizan cada fin de semana en diferentes puntos estratégicos de los municipios cercanos de los emprendedores mipymes. A lo largo de la práctica se realizaron numerosas expo ferias con diversos empresarios que resultaron beneficiados al momento de exponer sus productos al público. Estas expos ferias se realizaron en los municipios de Villanueva, Choloma y San Pedro Sula. En dicha actividad se participó desde la creación del evento, participando en la convocatoria escogiendo a los emprendedores que tienen los requisitos para participar en esta actividad, se les capacitó para estar listos, en el día de las expos ferias se participó desde el armado de las carpas donde los emprendedores expusieron sus productos, se estuvo al tanto de todas las necesidades durante el día, en la toma de fotos, entrevistas y cobertura general de todo el evento³.

2.1.4 Capacitaciones de empleabilidad

El centro se dedica a capacitar y formar jóvenes para que tengan la oportunidad laboral y obtener un trabajo formal. A través de esto se creó una plataforma web que cuenta con un portal de empleo⁴ donde los jóvenes, así como otras personas, pueden crear su currículum y subirlo para que las diferentes empresas los vean y considerarlos en sus negocios. Así mismo se les debe de capacitar en temas de empleabilidad para que cuando tengan la oportunidad de incursionarse al mundo laboral lo hagan de una mejor manera.

Se realizaron capacitaciones a jóvenes en los temas de empleabilidad, formándose para cuando tengan una entrevista de trabajo y se puedan unir al mercado laboral. La capacitación consistía en enseñarles desde el momento en que se llega al lugar, la manera de saludar, como tomar asiento, la postura del cuerpo, el tipo de vocabulario que deben de utilizar y todo el proceso que se lleva cuando se introducen al mercado laboral teniendo la oportunidad de una entrevista de trabajo.

³ Véase Anexo 6

⁴ Véase Anexo 7

Estas capacitaciones se hacían de un modo teatral ya que los instructores eran profesionales en el tema de arte y cultura. Se realizaron en los municipios de Villanueva y Santa Cruz de Yojoa con jóvenes que terminaron su bachillerato y están listo para introducirse al mercado laboral y el CDE junto con el departamento de inteligencia les ayudan a capacitarse en estos temas. Se les daba una pequeña introducción de cómo iba a ser el taller, las actividades a realizar y que podían aprender de estas.

A lo largo de la capacitación se empezaron a realizar actividades teatrales que les enseñaban a cómo comportarse en las entrevistas de trabajo. Luego se les capacitó en el uso de la plataforma Mi Contact donde pueden encontrar plazas vacantes y crear su currículum. Se les brindó asistencia individual que consistió en la ayuda de creación del currículum con el formato de la plataforma, ellos podían llenar su información como los datos personales, experiencia laboral, cursos obtenidos y las habilidades que poseen. Luego se les tomaban fotos tipo carnet para incluirlas en su currículum y se les entregaban dos copias impresas del mismo para utilizarlas al momento de ir a una entrevista. Cabe recalcar que en la plataforma tienen la opción de modificar y agregar mas información al currículum cuando sea necesario.

2.1.5 Capacitación de tienda en línea con Contact

El CDE cuenta con una plataforma propia la cual tiene una tienda en línea donde los emprendedores pueden subir sus productos. Esta es una nueva forma de comercializar, aumentar sus ventas y alcanzar a una audiencia mas grande. La mayoría de emprendedores no cuentan con un espacio físico y solo venden por medio de sus redes sociales, esta tienda en línea les permite tener una mejor organización de ventas, una contestación mas rápida a los posibles clientes, un mejor control de inventario, cobros, etc.

La plataforma es un nuevo recurso completamente gratis para su uso, se les da la oportunidad de subir sus productos y exhibirlos a las miles de personas que frecuentan la pagina. El objetivo de esta estrategia implementada por el centro es aumentar las ventas de los usuarios. Muchos ya se han visto beneficiados por su uso.

Ya que la pagina les permite brindar toda la información de su negocio y redirigir a sus redes sociales o espacio físico, se debe de capacitar a las personas en como usar la plataforma.

Se realizaron capacitaciones sobre la tienda en línea con Contact a empresarios que ya tienen un negocio establecido y quieren generar un mayor número de ventas y así mismo introducirse a nuevos mercados. Esta tienda en línea en la plataforma tiene la capacidad de mostrar y vender los productos de diversos negocios. En la jornada de trabajo se empezó introduciendo la plataforma Contact donde se les daba una introducción de lo que pueden hacer en dicha plataforma, así como crear su usuario desde sus computadoras y llenar los datos que la plataforma pide para registrarse como vendedores. Un expositor iba mencionando todo mientras que el practicante iba brindando ayuda personalizada individualmente para que pudieran llenar sus datos y registrarse como comerciantes en la plataforma.

Se obtuvo la agradable visita de la coordinadora de CARE quien se acercó a los empresarios para que pudieran hablarle un poco acerca de su negocio y como la plataforma les ha brindado o brindara ayuda. En dicha actividad se participó en todas las acciones que llevaron a ejecutarse desde la convocatoria de los empresarios en la comunidad de Santa Cruz de Yojoa, en el momento de la actividad se colaboró en las necesidades que el evento requería dando seguimiento a la ayuda a los empresarios cuando se les capacitaba en el tema.

2.1.6 Creación de formatos y formularios

El departamento de inteligencia de mercados maneja bastante información que debe estar organizada para poder hacer buen uso del tiempo. Parte de la información que se maneja es sobre relaciones publicas, esto significa que se debe mantener contacto con diferentes personas del rubro que pueden beneficiar a las actividades cotidianas y tener un buen manejo de las actividades en marcha para poder realizarlas en equipo. Esto es de suma importancia para el departamento para poder optimizar sus tiempos de trabajo. Debido a esto se deben crear formatos que ayuden a la interpretación y el manejo de toda la información necesaria en este departamento.

Durante el periodo de práctica se crearon diversos formatos que ayudarán a mejorar la comunicación y el proceso de evidencia de las acciones que realizan dentro del departamento. Formatos que incluirán las actividades⁵ en marcha, describiendo cada una de las acciones que específicamente se realizaron como quien lo realizó, la descripción del trabajo, fecha en que fue creado y si el trabajo esta terminado, a medias o está por empezar, con el objetivo que todo

⁵ Véase Anexo 1

el departamento tenga acceso a las que se están realizando dentro y poder darle seguimiento a las mismas. Otro formato es el de las ayudas memorias⁶ donde se puede poner todo lo relacionado con lo que se dijo en una reunión para que en la siguiente todas las personas tengan el documento y estén refrescadas de lo que ha pasado en las reuniones previas. Se crearon varios formularios utilizando herramientas como Google Forms y Kobo con los cuales se tuvo la intención de realizar una mejoría del departamento en lo que acabaran las solicitudes de registro para capacitaciones o expoferias. Con estas se pueden crear una base de datos que nos permita organizarnos de mejor manera. También se crearon formatos para solicitudes de activos de oficina ya que la comunicación por correo era muy tardía. En este formato se escribe lo que se pide al área de administración, las cantidades y quien lo pide para poder entregarlo y documentarlo. Con esto la comunicación es mas efectiva y pronta, cumpliendo así con el objetivo de la creación de formatos y formularios.

⁶ Véase Anexo 2

CAPÍTULO III

3.1 Creación de formato ayuda memoria para reuniones

3.1.1 Antecedentes

La creación de un formato ayuda memoria nace desde la necesidad de organizar y crear acuerdos en las reuniones. (Los Autores, 2019) El departamento de inteligencia de mercados tiene más de diez reuniones al día, de esto surge la idea para que el departamento lleve una organización y control de todas estas. Actualmente se pierde la información de tantas reuniones y no se lleva un control de los acuerdos dando como resultado un problema en las siguientes reuniones. Como consecuencia el departamento de inteligencia, en el transcurso del año 2021, perdió 2 proyectos de suma importancia para las finanzas del centro. Estos ya se encontraban en proceso, pero los objetivos no se cumplieron en las fechas estipuladas en reuniones previas a consecuencia de la falta de orden de los acuerdos. Esta pérdida alcanzó los quince mil dólares, ya que estaba establecido en los contratos. Como consecuencia, también se pierden oportunidades de volver a tener contratos con estas grandes organizaciones que les generaban mas de 50 mil dólares al año en proyectos.

Al tener tantas reuniones de diferentes proyectos era difícil llevar un control de las actividades, contactos y fechas que se decían en las reuniones con los gerentes de cada proyecto. Muchas de las cosas acordadas quedaban a voces, no se tenía un control por escrito.

3.1.2 Descripción de la propuesta

La propuesta se basa en la creación de un formato con el nombre de “Ayuda Memoria”⁷. Se basa en un documento con diferentes etapas donde tiene una sección de descripción de los títulos donde cada etapa sirve de un propósito. Empieza con poner el título de la reunión, los objetivos, lugar y fecha, al principio lleva estos nombres para identificar la reunión que se obtuvo. Se prosigue con los nombres de los participantes, el cargo y la institución que representan para poder identificar quiénes participaron en dicha reunión.

La siguiente sección incluye la agenda de la reunión para poder llevar un control de cómo fue la organización. Luego los asuntos importantes mencionados, es decir toda la descripción de la

⁷ Vea Anexo 1.

reunión con palabras claves o ideas que se plantearon. En la descripción se colocan los logros y retos que la reunión tuvo. La sección final es la más importante, en esta van los acuerdos.

Una reunión sin acuerdos parece que nunca se tuvo, los acuerdos se van mencionando durante la reunión y se colocan dentro del formato. Al finalizar la reunión se leen los acuerdos y se revisan para que todas las personas involucradas estén de acuerdo. Luego de este proceso se guarda el documento con la fecha y el nombre de la reunión para posteriormente mandarle el documento a cada uno de los actores para que puedan cumplir con los acuerdos establecidos y la siguiente reunión se lleva la ayuda memoria y recordar los puntos importantes de la reunión, luego para una mejor organización dentro del departamento cada ayuda-memoria se imprime y se archiva en carpetas designadas de los proyectos. Así mismo se guardan en línea por medio de la cuenta de OneDrive del departamento.

La propuesta se basa en que las personas que han asistido a las reuniones previas puedan mantener la información ordenada en un formato. Así para las siguientes reuniones ya se tenga un panorama general de lo sucedido, personas que no asistieron antes podrían ponerse al día de una manera mas rápida y concisa, se puedan discutir discusiones pendientes y actualizar el estado del proyecto.

3.1.3 Impacto de la propuesta

El impacto de la propuesta implementada se verá reflejada en el ahorro de tiempo, organización de la empresa y evitar la perdida de contratos y dinero. Con este formato se podrán ahorrar tiempo de ver la reunión de nuevo, tratar de recordar los acuerdos de la reunión pasada y se ahorra el tiempo en organizarse para la siguiente reunión. Como el departamento tiene más de diez reuniones al día la organización de dichas reuniones es de suma importancia para tener un control de las actividades y de poder cumplir todos los acuerdos de las reuniones.

Este formato se puede cuantificar en ahorro de horas extras en el trabajo lo que se puede traducir en un ahorro de dinero para el trabajo que llega a ser de aproximadamente, ya que el centro paga 94 lempiras por hora extra se puede ver que habría un ahorro de mas de 188 lempiras al día por persona en el centro, lo que se traduce a 3,760 lempiras mensualmente solo por una persona.

Horas Extra en 1 Mes (hrs)	Pago de 1 Hora Extra (lps)	Total
40	94	3,760

Tabla 1: Pago de Horas Extra por Persona al Mes

Cabe destacar que el impacto de la propuesta también se vera reflejado en la continuidad de los objetivos cumplidos de proyectos, evitando así la perdida de contratos de miles de dólares.

3.2 Implementación de estrategia de email marketing

3.2.1 Antecedentes

El Centro de Desarrollo Empresarial de MiPymes cuenta con una plataforma web con el nombre de Contact⁸, esta plataforma es un producto creado por la organización que cuenta con tres ejes: el portal de empleo, tienda en línea y formación vocacional. El departamento de Inteligencia de Mercados está encargado del eje de empleabilidad, es decir, parte del departamento debe de relucir el eje del portal del empleo.

El portal de empleo es un eje donde se pueden encontrar plazas vacantes de las diferentes áreas, una sección donde las personas pueden subir su currículum y este puede ser encontrado por diferentes empresas para contratarlas. Dicho esto, cabe resaltar que el problema de la plataforma es sobre su poco tiempo en el mercado, aun no es reconocible en el mercado laboral. A consecuencia de esto la plataforma no tiene tantas plazas vacantes disponibles y por ende las personas que entran no pueden visualizar y encontrar trabajo y se pierde el objetivo de la plataforma. El objetivo del portal de empleo a corto plazo es tener mas de 150 empresas que suban sus vacantes disponibles. Esto debe ser de una forma orgánica para que las plazas se visualicen mejor y las empresas sean las encargadas de ponerlas y las personas puedan entrar y buscar empleo.

Para poder cumplir con los objetivos del portal de empleo, el departamento de inteligencia de mercados se encargaba de mandar correos invitándolos a unirse a la plataforma Contact mediante una descripción de lo que esta hace, los contactos de la persona y un manual de como

⁸ <https://micontact.org>

subir las plazas vacantes que las empresas tienen. Todo esto se les mandaba a los encargados de recursos humanos con una base de datos que contaban. Este trabajo les tomaba mas de 8 horas al día ya que mandaban mas de 150 correos individuales pero con el mismo texto y mismo manual. Un oficial del departamento se encargaba de esto un sábado, dejando atrás las responsabilidades de otros trabajos. El problema es la perdida de tiempo y dinero, costándole a la empresa 750 lempiras ya que por ser fin de semana se contaba como extra. Traduciéndolo a una perdida de 19,500 lempiras anuales solo por una persona.

Días Extra Trabajados en 1 año	Pago de 1 día extra trabajado (sábado) (lempiras)	Total (lempiras)
26	750	19,500

Tabla 2: Pago de días extra trabajados para envío de correos por persona en un año

3.2.2 Descripción de la propuesta

La propuesta se basa en la implementación de una estrategia de marketing como el email marketing⁹. Herramienta para comunicarse digitalmente con leads y clientes a través del envío masivo de correos electrónicos de una base de datos con el uso de la pagina web GetResponse. Este sitio web se utilizó para ingresar la lista de contactos y redactar los correos.

El objetivo es alimentar la plataforma de Contact en el eje de empleo con plazas vacantes. La actividad consiste en crear una base de datos de aproximadamente 200 empresas con el nombre de la empresa, correo electrónico (específicamente del área de recursos humanos) y número de teléfono para poder realizar un contacto más directo. Con estos datos se les envía un correo electrónico con la información de Contact, cómo pueden utilizarlo, subir sus plazas vacantes de forma gratuita, etc.

En la implementación de esta estrategia se envió un manual de como subir las plazas vacantes. Se capacitó al personal del área de inteligencia de mercados para que ellos puedan realizarlo y poder estar en contacto con las personas de recursos humanos, poder crear un vínculo con estas empresas y que alimenten la plataforma de plazas vacantes. También se capacitó a los demás oficiales del departamento a utilizarlo. En esta actividad se enviaron 150 correos con los datos

⁹ Vea el Glosario de terminos.

homogéneos y el manual. Esto fue realizado en menos de una hora por parte del equipo de inteligencia de mercados, resultando exitosa ya que se tuvo respuestas de varias empresas interesadas en subir sus plazas vacantes de manera orgánica.

3.2.3 Impacto de la propuesta

El departamento de inteligencia de mercados no contaba con una estrategia de email marketing por lo cual el único método que utilizaban eran los mensajes uno por uno. Esto les tomaba aproximadamente ocho horas mandar 150 correos, es decir, todo un día de trabajo el cual se pagaba extra por ser sábado ya que estaba afuera de los días establecidos para trabajar. Se tardaban de dos a tres minutos por correo, lo que se traduce a toda una jornada de trabajo. El impacto de la propuesta implementada se traduce en un ahorro de tiempo de alrededor del 90% con respecto al método de como lo hacían. Y dando como resultado el ahorro de más de 31,200 mil lempiras anualmente ya que no será necesario pagar días extras para realizar esta función. Ahora tomara un aproximado de una hora de trabajo durante la jornada regular. Es algo absolutamente drástico ya que es todo un día ahorrado de trabajo donde se puede aprovechar a realizar otras acciones dentro del departamento para optimizar el área.

Horas Trabajadas Pre-Propuesta en 1 día	Horas Trabajadas Post-Propuesta en 1 día	Ahorro de tiempo (%)
8	1	87.5%

Tabla 3: Porcentaje del ahorro de tiempo sobre el envío de correos antes y después de la propuesta

3.3 Propuesta de Mejora

3.3.1 Promocionar el centro y su producto

3.3.2 Antecedentes

El Centro de Desarrollo Empresarial realiza diversas actividades en apoyo a la economía hondureña, pero tienen un problema con que no son reconocidos a nivel del público. Es decir, tienen las redes sociales abiertas donde suben las actividades diarias, capacitaciones que cualquier persona puede atender y todo sobre los eventos, pero no tienen al público mirando las actividades ya que tienen menos de 100 seguidores y el 70% son los mismos empleados del

centro. Entonces no se puede esperar que la plataforma Contact, donde existe una tienda en línea, tenga tráfico de personas si los hondureños no saben que existe una plataforma como esta y no pueden acceder a comprarle a los emprendedores en la tienda en línea.

El centro necesita ser visible al público en general para que sus emprendedores, productos y personal estén en la mirada de las personas y puedan aumentar sus ventas y su visibilidad. Es prácticamente invisible en las redes sociales¹⁰ pero si suben contenido de calidad donde muestran las actividades que realizan o hacen invitaciones al público para que asistan a las expo ferias. Si tuvieran las personas conectadas en las redes, estarían llegando a una audiencia mayor y logrando mas ventas y visibilidad para los emprendedores. Además, con el uso de las redes sociales se puede hacer el seguimiento de la feria en tiempo real al subir historias o hacer un Instagram live¹¹ exponiendo los distintos puestos de los emprendedores. Se puede interactuar con los seguidores, mencionando a los emprendedores, invitando a las personas a que visiten la expo feria o las próximas. Creando contenido que sea conveniente para facilitar al lector la información de la feria, dando también la oportunidad de incluirse en la base de datos para recibir los correos con actualizaciones de futuras ferias o la posibilidad de unirse al grupo de emprendedores.

3.3.3 Descripción de la propuesta

La propuesta de mejora tiene como objetivo promocionar el Centro de Desarrollo Empresarial y su producto que es la plataforma Contact para poder tener tráfico de personas que se va a traducir a las ventas de las mipymes asociadas con el centro. La propuesta de mejora consta de realizar una campaña publicitaria en donde los emprendedores afiliados al centro sean los que se encarguen de promocionar el centro. Es decir que los mas de 500 MiPymes afiliados van a publicar en sus redes sociales material como publicaciones e historias que den a conocer al centro y sus servicios. Dicho material será proporcionado por el departamento de inteligencia de mercados. Haciendo uso de las estrategias de marketing de contenidos. Esto permitirá aumentar el tráfico de personas, crear relaciones con personas o empresas que puedan aportar proyectos al centro y deberá posicionar al centro dentro del municipio como una organización que se dedica a la formación y capacitación de emprendedores para poder generar más ingresos.

¹⁰ Instagram y Facebook

¹¹ Vea el Glosario de Terminos.

La propuesta de mejora se ocupa centralizar en mejorar las redes sociales, el posicionamiento y la visibilidad de la marca que es la del centro. Hoy en día es de suma importancia estar actualizado en las redes sociales para poder captar nuevos socios, inversores o compradores. Una de las razones para aumentar el tráfico de personas es sobre la siguiente actividad que se pretende realizar cuando se generen nuevos leads. Consta en promocionar cada una de las mipymes como un producto del centro, es decir, este se encargará de promocionar todos los días una mipyme nueva. Invitando a los seguidores a visitar esta en la siguiente expo feria o revisar sus redes sociales para ver los productos que ofrecen. Dándole así la oportunidad de generar un mayor número de ventas y así fortalecerlas para que puedan generar empleos en el sector y fortalecer la economía hondureña.

3.3.4 Impacto de la propuesta

El impacto de la propuesta de mejora se traduce en la visibilidad del centro, poder posicionar al CDE como una organización que respalda la economía hondureña a través de la formación de emprendedores así mismo atraer más proyectos de las diferentes organizaciones internacionales como nacionales para que puedan apoyar a los empresarios afiliados. Con el uso de publicidad que haga reflejar al centro se podrá resaltar las actividades que se hacen en conjunto con los emprendedores. Al tener más visibilidad en las capacitaciones se podrá aumentar el número de personas que sean capacitadas para poder tener más personas que se unan a los emprendimientos. La propuesta de mejora se puede traducir en números con el apoyo de socios y cooperantes Actualmente los cooperantes donan mas de cinco mil dólares mensualmente al centro para poder fortalecer la economía del país. Con la propuesta de mejora se esperan atraer mas cooperantes, se estima que con la nueva visibilidad del centro se atraigan al menos dos cooperantes o socios que ayuden al centro y sus productos. Traduciendo esto a un aproximado de diez mil dólares mensualmente con el nuevo posicionamiento del centro. Esto ayudaría a fortalecer el centro mediante la contratación de nuevo personal para cubrir las necesidades básicas que se tienen día a día, ya que el personal del centro no se da abasto para soportar la carga de trabajo que tienen. Es por eso que la propuesta de mejora se basa en posicionar y mejorar la visibilidad del centro para captar nuevos socios, cooperantes y clientes que puedan ayudar al centro y sus productos.

3.4 Propuesta de mejora

3.4.1 Creación de un emprendimiento del centro

3.4.2 Antecedentes

El CDE es una organización pública y privada por lo cual debe de generar ingresos por su cuenta para ser sostenible y no depender solamente del gobierno. Por los momentos no cuentan con los suficientes fondos de parte del sector publico para mantenerse y poder ejercer todos los proyectos y actividades que se proponen a cumplir. El centro está en busca de nuevas opciones para ser auto sostenible y generar ingresos que le permitan seguir desarrollándose de una mejor manera. Para poder realizar mas proyectos, mejorar internamente con la contratación de nuevo personal y mejorar en su infraestructura. Ocupa ingresos para fortalecer su personal ya que no se dan abasto con las cantidades de trabajo que tienen en cada departamento. En la parte de inteligencia de mercados tienen un problema con el poco personal que se maneja en el departamento por las grandes cantidades de trabajo, proyectos y objetivos que deben cumplir y lastimosamente mayoría de objetivos no se logran al cierto tiempo que deben de estar. Quedando mal con los clientes y afectando relaciones para futuros proyectos.

Este centro cuenta con diversos recursos que han adquirido dentro de los proyectos que llevan a cabo, también cuenta con numerosos emprendedores, socios y empresarios a los que pueden llegar a considerar como clientes que pueden generar ingresos. Dentro de los diversos recursos que se han obtenido están las sillas, carpas, mesas, equipo de sonido, automóviles para desplazarse. La mayoría de estos recursos no son utilizados de manera frecuente, esto le permite darles uso externo.

3.4.3 Descripción de la propuesta de mejora

La propuesta de mejora consiste en la creación de un emprendimiento de parte del centro, que sea este mismo el que la controle y tenga los beneficios económicos que traiga. El centro cuenta con recursos como sillas, mesas, equipo de sonido, imprenta, máquinas para realizar estampados de camisas, carpas, manteles y el espacio físico donde guarda todo este material. Mi propuesta consiste en comenzar un emprendimiento de alquiler de este equipo ya que es un negocio bastante rentable que el centro ya cuenta con el equipo para poder fortalecer la

organización. Este consistiría en ofrecer el alquiler de todos estos productos a los diferentes emprendimientos, socios y empresas con las que tienen relación.

La organización que se dedica a fortalecer emprendimientos y a capacitarlos tiene que estar lista para lanzar su propio emprendimiento que los fortalezca económicamente y les permita fortalecer al personal del departamento de inteligencia de mercados. El emprendimiento de renta de sillas, mesas, equipo de sonidos y carpas será manejado por los administradores del centro, los cuales tienen experiencia en el manejo de un negocio. La publicidad será promocionada por las mismas redes sociales y la plataforma MiContact que pertenece al centro. Todo se hará por medio de los mismos recursos que ofrecen, sirviendo también como ejemplo a los emprendedores.

Esta propuesta consiste en diversificar el CDE e introducirlo a nuevos mercados para generar ingresos. La diversificación de un producto como el centro es importante para posicionarse dentro del municipio y poder atraer más proyectos que ayuden al desarrollo económico del país. Los precios a establecerse serán aproximadamente a los que resaltan en el mercado, siempre con precios competitivos que puedan ser rentables para el negocio. Los precios de alquiler serán presentados por los administradores en conjunto con el departamento de finanzas acompañado del departamento de inteligencia de mercados que realizará un estudio de mercado que se encargará de proveer la información necesaria para conocer más detalladamente como se manejará el negocio dentro del mercado.

3.4.4 Impacto de la propuesta

El impacto de la propuesta mejorada se verá en el incremento de los ingresos del centro, ya que para ellos es importante generar ingresos para ser auto sostenibles y no depender exclusivamente en la cooperación del gobierno. Con esto se podrán generar más proyectos para los emprendedores y se podrá contar con muchos más recursos para el centro, la propuesta de crear un emprendimiento se puede traducir a tener ingresos arriba de 15,000 lempiras mensualmente por la rentabilidad del negocio y con todos los beneficios que este lleva, lo cual puede tener un alto impacto en las ganancias del centro. Esto ser de utilidad para ampliar el personal del área de inteligencia de mercados, un área de suma importancia que tiene muchos proyectos que generan ingresos económicos y así se podrán manejar de mejor manera y cumplir

con las fechas establecidas por los socios. Reduciendo las posibilidades de prescindir proyectos y evitando así las pérdidas de los mismos y, por ende, pérdidas de dinero.

CAPÍTULO IV

4.1 Conclusiones

- Se lograron aplicar los conocimientos adquiridos en la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales durante el transcurso establecido de la práctica profesional, realizada en el Centro de Desarrollo Empresarial de MiPymes, donde se logró implementar las habilidades y destrezas necesarias para adecuarse en el departamento de inteligencia de mercados.
- Haciendo uso de las herramientas adquiridas a lo largo de la carrera se realizaron dos investigaciones de mercado de suma importancia para el municipio y para grandes organizaciones internacionales como CARE y OIT. Estas van a implementarse con el objetivo de desarrollar la economía, donde se demostraron todos los conocimientos poseídos.
- Se realizaron capacitaciones en base a las necesidades de los emprendedores fomentando los recursos y habilidades que uno posee, lo cual permitió el desarrollo de las diferentes capacitaciones impartidas.
- Se identificó el problema del centro con respecto a la información que se manejaba en las reuniones y la falta de organización que resultaba en el incumplimiento de metas. Es por eso que se crearon numerosos formatos y formularios con los que el departamento de inteligencia tendrá una mayor organización con la intención de que se pueda recabar la información importante y realizar un mejor manejo del tiempo.
- En el transcurso de la práctica profesional se adquirieron nuevos conocimientos y experiencias sobre la carrera de Mercadotecnia que son de gran beneficio para el capital humano, así mismo se crearon relaciones con socios lo cual va a ser útil en el mercado laboral.

4.2 Recomendaciones

4.2.1 Recomendaciones para la empresa

Al CDE se le recomienda ampliar el personal de todos los departamentos ya que la carga de trabajo es masiva en cada departamento y no se logra cumplir con los objetivos de cada proyecto por la falta de personal. Actualmente una persona de cada departamento tiene asignada más de ocho proyectos a la vez las cuales deberían de ponerles atención rigurosamente para poder ejercerlos de la mejor manera. Así mismo se les recomienda seguir innovando en la creación de más formatos digitales para la evidencia de cada proyecto ya que ahora mismo se hace uso exclusivamente de formatos escritos los cuales se tardan semanas en completar cuando se podría cumplir en menor tiempo digitalmente.

4.2.2 Recomendaciones para la institución

A la institución UNITEC se le recomienda distribuir los plazos de entrega de los avances del informe. En la actualidad existe una gran diferencia entre el primer avance a los siguientes ya que tienen un nivel mayor de dificultad y más extensos. Continuar la mejora en la involucración de la constante supervisión de la práctica y actualización en temas de marketing. Siempre buscando las tendencias de mercadeo y motivando a sus estudiantes mediante proyectos para que se puedan desenvolver luego en la práctica.

4.2.3 Recomendaciones para los estudiantes

Para los estudiantes de la carrera de Mercadotecnia y Negocios Internacionales que realicen su práctica en el CDE de MiPymes para el departamento de inteligencia de mercados se les recomienda seguir innovando y demostrando su capacidad intelectual para poder hacer mejoras en el departamento. Así mismo si les incentiva a enriquecerse de conocimientos y leer los documentos que la empresa le proporciona al principio para estar enterado de todos los sucesos de anteriormente.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Base de Datos: Es un conjunto de información relacionada que se encuentra agrupada o estructurada. Cada base de datos se compone de una o más tablas que tienen una o más columnas y filas.

Capacitación: Es toda actividad realizada en una organización, respondiendo a sus necesidades, que busca mejorar la actitud, conocimiento, habilidades o conductas de su personal.

CARE: Es una organización que dedica especial atención a las mujeres y niñas, que son las que sufren las mayores consecuencias en los desastres.

Email marketing: Es una herramienta para comunicarse digitalmente con leads y clientes a través del envío masivo de correos electrónicos a una base de contactos. La finalidad de estos correos puede variar, como comunicar promociones o presentar un nuevo producto o marca

Emprendimiento: Es el proceso de diseñar, lanzar y administrar un nuevo negocio, que generalmente comienza como una pequeña empresa o una emergente, ofreciendo a la venta un producto, servicio o proceso.

Estrategia: Es un procedimiento dispuesto para la toma de decisiones y/o para accionar frente a un determinado escenario.

Expoferia: Es una propuesta para que todas las empresas que provean distintas soluciones tecnológicas a los municipios, dispongan de su propios stands virtual para exponer sus productos, sus servicios y sus propuestas innovadoras.

Implementación: Constituye la realización de determinados procesos y estructuras en un sistema.

Instagram Live: Es un formato de video en directo ofrecido por Instagram Stories. Los videos se emiten a tiempo real y los usuarios pueden interactuar.

Inteligencia de Mercados: Es la información o datos que una organización obtiene de la industria en la que opera, con el objetivo de determinar la segmentación, la penetración, las oportunidades y las métricas existentes.

Mipymes: Una Mipyme es una micro, pequeña o mediana empresa que realiza sus actividades en el país, en alguno de estos sectores: servicios, comercial, industrial, agropecuario, construcción o minero. Puede estar integrada por una o varias personas y su categoría se establece de acuerdo a la actividad declarada, a los montos de las ventas totales anuales o a la cantidad de empleados.

OIT: La Organización Internacional del Trabajo es un organismo especializado de las Naciones Unidas que se ocupa de los asuntos relativos al trabajo y las relaciones laborales.

BIBLIOGRAFÍA

- Bertin, R. N. (s. f.). *Intermunicipios // Guia de intermunicipios Locales*. Intermunicipios. <http://www.intermunicipios.com/?sec=expoferia>
- C. (2019, 26 julio). *¿Qué significa MIPYMES?* | Certus. Certus Blog | Carreras Técnicas Profesionales. <https://www.certus.edu.pe/blog/que-significa-mipymes/>
- CARE Honduras. (2020). *Care – Honduras*. Recuperado el 10 de marzo del 2021 de <https://care.org.hn/>
- Definición de implementar* — *Definicion.de.* (s. f.). Definición.de. <https://definicion.de/implementar/>
- Economipedia. (2021). *Email Marketing*. Recuperado el 10 de marzo del 2021, de <https://economipedia.com/definiciones/email-marketing.html>
- Esfera Creativa. (2019). *¿Cómo funciona Instagram Live? Preguntas y respuestas.* (s.f.) Recuperado el 28 de marzo del 2021, de <https://esferacreativa.com/instagram-live-como-funciona/>
- Herruzo-Gomez, Ezequiel; Hernandez-Sanchez, Brizeida R.; Cardella, Giuseppina Maria; Sanchez-Garcia, Jose C. (2019). *Emprendimiento e Innovacion: Oportunidades para todos.* (PP 277-281). Dykinson, S.L.
- Homepage | World Vision International.* (s. f.). World Vision. <https://www.wvi.org/es>
- L. (2022, 16 marzo). *Inicio.* CNA | Consejo Nacional Anticorrupción. <https://www.cna.hn>
- Maestros del Web by Platzi. (26 de octubre del 2007). *¿Qué son las bases de datos?* Recuperado el 28 de marzo del 2021, de <http://www.maestrosdelweb.com/que-son-las-bases-de-datos/>
- Micontact. (2021). *Micontact.* Recuperado el 5 de febrero del 2021, de <https://micontact.org>
- Organización Internacional del Trabajo.* (s. f.). OIT. <https://www.ilo.org/global/lang-es/index.htm>
- Parra, A. (2019, 25 abril). *¿Qué es la inteligencia de mercado?* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/inteligencia-de-mercado/>

Pérez, M. (2021, 13 septiembre). *Capacitación*. Concepto de - Definición de. <https://conceptodefinicion.de/capacitacion/>

Portada. (2020, 17 agosto). CARE - Honduras. <http://care.org.hn>

U.S. Agency for International Development. (s. f.). USAID. <https://www.usaid.gov>

Westreicher, G. (2020, 7 agosto). *Estrategia*. Economipedia, Haciendo Facil la Economía. <https://economipedia.com/definiciones/estrategia.html>

Anexo 2: Formato ayuda memoria



AYUDA MEMORIA

Objetivo General

Objetivos Especificos

Lugar y fecha:

Responsable (s):

Participantes (se adjunta listado):

Nombre del participante	Cargo/Rol proyecto	Institución

Agenda de la Reunión:

Hora	Actividad	Responsable



DESARROLLO

TEMA:



Logros:

[Empty text area for achievements]

Retos:

Ordenar

[Empty text area for challenges]



Acuerdos:

[Empty text area for agreements]

Anexo 3: Investigación CARE



Anexo 4: Formato actividades en marcha

TAREAS EN EL EQUIPO DE IM

Nº	ACTIVIDADES	Gestión	Seguimiento 1	Seguimiento 2	Seguimiento 3	Responsable	Fecha de inicio	Fecha de Última Revisión	Fecha Final	Status	Rubro
1											
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
26											
27											
28											
29											
30											
31											
32											
33											
34											
35											
36											
37											
38											
39											
40											
41											
42											
43											
44											
45											
46											
47											
48											
49											
50											
51											
52											
53											
54											
55											
56											
57											
58											
59											
60											
61											
62											
63											
64											
65											
66											
67											
68											
69											
70											
71											
72											
73											
74											
75											
76											
77											
78											
79											
80											
81											
82											
83											
84											
85											
86											
87											
88											
89											
90											
91											
92											
93											
94											
95											
96											
97											
98											
99											
100											

Anexo 5: Investigación OIT



PROPUESTA DIANÓSTICO SITUACIONAL
 EN TORNO A LA EDUCACIÓN, SALUD, MERCADO LABORAL Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA DE LA JUVENTUD EN LOS MUNICIPIOS DE SAN PEDRO SULA, CHOLOMA Y SIGUATEPEQUE

Anexo 6: Expoferias



Anexo 7: Capacitación de empleabilidad



Anexo 8: Conferencia de Migración, Resultado de la Corrupción: La Otra Cara de la Pandemia por el CNA

